

Tantangan Dalam Mengembangkan Komunikasi Lingkungan Pada Isu Sampah Plastik

Eko Budi Pratama¹⁾, Pramiania Oktavia²⁾

¹⁾Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

²⁾Kesejahteraan Sosial, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia

Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Cireundeu, Kec. Ciputat Tim., Kota Tangerang Selatan, Banten 15419

Korespondensi penulis: ekobudipratama63@gmail.com

Abstract. *In SIPSN KLHK data, plastic waste in Indonesia has significantly increased over the last three years, indicating a growing level of public awareness about the issue. The objective of this article is to achieve optimal environmental communication by describing the challenges in developing environmental communication on the issue of plastic waste, both conventionally and digitally. This aims to serve as a comprehensive review regarding challenges that have not been discussed by previous researchers who did not specify environmental communication challenges related to plastic waste. The research method used is qualitative, utilizing data collection techniques such as interviews, observations, and literature reviews. The interviews and observations were conducted at Bank Sampah Teratai, a waste bank in South Tangerang City. The findings reveal that the challenges in developing environmental communication on plastic waste can be categorized by media (digital and conventional), demographic age groups (teenagers, adults, and seniors), and administrative challenges, all analyzed using Lasswell's theory of communication elements. In conclusion, the primary factors contributing to these challenges are inconsistency and public skepticism. The urgency of this research is the increasing volume of plastic waste annually, which has significant environmental impacts. Therefore, enhancing public awareness about plastic waste through effective environmental communication is crucial. The researcher recommends that environmental communicators focus on addressing solutions to inconsistency and skepticism to mitigate these challenges.*

Keywords: *Challenges, Environmental Communication, Plastic Waste, Waste Bank.*

Abstrak. Pada data SIPSN KLHK, data sampah plastik di Indonesia tahun dalam tiga tahun terakhir mengalami peningkatan signifikan mengartikan bahwa tingkat kesadaran masyarakat terkait isu sampah plastik. Tujuan penelitian artikel ini adalah terealisasinya komunikasi lingkungan yang optimal dengan mendeskripsikan tantangan dalam mengembangkan komunikasi lingkungan pada isu sampah plastik secara konvensional dan digital agar menjadi bahan tinjauan mengenai tantangan-tantangan yang biasanya terjadi karena peneliti sebelumnya tidak membahas spesifikasi tantangan komunikasi lingkungan pada isu sampah plastik. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan data yakni wawancara, observasi, dan kajian literatur. Proses wawancara dan observasi dilakukan di salah satu bank sampah di Kota Tangerang Selatan, yakni Bank Sampah Teratai. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tantangan dalam mengembangkan komunikasi lingkungan pada isu sampah plastik dapat diklasifikasikan berdasarkan media yakni digital dan konvensional yang dikaji menggunakan teori unsur komunikasi Lasswell, usia yakni remaja, dewasa, dan senior, serta tantangan bagi pengurus. Kesimpulannya adalah faktor utama pemicu hadirnya tantangan adalah inkonsistensi dan skeptisme masyarakat. Urgensi penelitian ini adalah peningkatan jumlah sampah plastik setiap tahun yang berdampak serius, maka kesadaran masyarakat mengenai isu sampah plastik perlu ditingkatkan melalui komunikasi lingkungan. Peneliti merekomendasikan untuk meminimalisir tantangan bagi para komunikator lingkungan adalah lebih memfokuskan solusi pada inkonsistensi dan skeptisme.

Kata kunci: Tantangan, Komunikasi Lingkungan, Sampah Plastik, Bank Sampah.

1. LATAR BELAKANG

Isu sampah plastik menjadi permasalahan yang belum teratasi sampai saat ini. Menurut United Nations Environment Programme (UNEP), sejak tahun 1970-an, pertumbuhan plastik semakin meningkat dibandingkan dengan barang lainnya, jika hal ini terus terjadi maka akan dikhawatirkan produksi sampah plastik global dapat mencapai 1.100 juta ton di tahun 2050. Penurunan sampah plastik hingga saat ini belum dapat terealisasi, hal ini dapat dilihat terjadinya peningkatan sampah plastik tiap tahunnya pada skala nasional. Berdasarkan data yang dilansir dari Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (SIPSN KLHK), jumlah sampah plastik di Indonesia selama tiga tahun terakhir mengalami peningkatan, yakni pada tahun 2021 sebesar 17,64%, pada tahun 2022 sebesar 18,17%, dan pada tahun 2023 sebesar 18,48%. Peningkatan jumlah sampah setiap tahunnya menandakan bahwa kesadaran masyarakat mengenai sampah plastik masih rendah.

Kesadaran masyarakat dapat diartikan sebagai keadaan masyarakat mampu menyadari terkait hak dan kewajiban yang dimiliki sebagai warga negara dan makhluk sosial. Konsep kesadaran didasari oleh pengetahuan, sadar, dan tahu (Budiharjo, 2017). Kesadaran masyarakat menjadi fondasi utama dalam merealisasikan pengurangan sampah plastik di lingkungan sekitar. Masyarakat harus sadar terkait pemilahan sampah sebagaimana pada masa sekarang sudah tersedia banyak tempat sampah dengan pengelompokan sampah, tetapi masyarakat masih enggan untuk membuang sampah sesuai dengan instruksi yang diberikan. Selain itu, masyarakat harus memahami dan mengimplementasikan 3R (Reduce, Reuse, and Recycle). Masyarakat juga harus disadarkan mengenai dampak-dampak yang ditimbulkan dari sampah plastik, sehingga hal tersebut menjadi controlling dalam diri masing-masing individu.

Dampak yang disebabkan dari penggunaan plastik dapat berupa positif dan negatif. Dampak positif dari penggunaan plastik adalah memudahkan manusia untuk membawa barang dengan lebih praktis. Dampak negatifnya adalah menumpuknya jumlah sampah sehingga kurangnya lahan Tempat Pembuangan Akhir (TPA) Sampah, penyumbatan pada saluran air yang menyebabkan banjir, meningkatnya gas emisi, dan kondisi ekosistem laut yang semakin mengkhawatirkan dikarenakan banyak biota laut yang mengonsumsi sampah plastik.

Melihat dampak negatif lebih banyak daripada dampak positif, membuat berbagai pihak yang sudah sadar dengan isu lingkungan bergerak aktif untuk menangani permasalahan sampah plastik. Pemerintah turut aktif menangani isu lingkungan di Indonesia, salah satu

contohnya adalah mengeluarkan PP No. 27 Tahun 2020 yang mengatur tentang pengelolaan sampah plastik secara spesifik. Sampah spesifik menurut PP No. 27 Tahun 2020 memiliki pengertian bahwa sampah yang karena sifat, konsentrasi, dan/atau volumenya memerlukan pengelolaan khusus. Sedangkan pengelolaan khusus merupakan kegiatan yang sistematis, menyeluruh, dan saling memengaruhi meliputi pengurangan dan penanganan.

Pengelolaan terkait sampah plastik harus disebarluaskan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat melalui komunikasi lingkungan. Komunikasi menurut Shanon & Weaver dapat dimaknai sebagai pola interaksi manusia yang saling memengaruhi satu sama lain secara sengaja maupun tidak sengaja dan secara verbal maupun nonverbal. Sedangkan menurut Everet M. Rogers komunikasi memiliki definisi yakni proses ide dialirkan dari sumber kepada penerima dengan tujuan untuk mengubah tingkah laku individu maupun kelompok (Mulyana, 2021: 69). Komunikasi menurut Lasswell dalam buku (Mulyana, 2021: 69 - 71) terdapat lima unsur komunikasi, yakni: sumber (source) merupakan subjek yang ingin menyampaikan gagasan/pesan kepada penerima, pesan (message) yakni gagasan yang disampaikan dari sumber ke penerima, saluran/media (channel) perangkat yang digunakan untuk menyampaikan pesan, penerima/komunikasikan (receiver) tujuan komunikasi atau pesan disampaikan, dan efek (effect) hasil yang diterima oleh penerima pesan.

Komunikasi lingkungan sendiri memiliki makna menurut (Flor & Cangara, 2018: 3) adalah rangkaian pendekatan, prinsip, strategi, dan teknik komunikasi untuk mengelola dan melindungi lingkungan. Sedangkan menurut Oepen dalam (Hamboer & Pranawukir, 2022: 4598) komunikasi lingkungan merupakan pola rencana dan strategi dengan proses komunikasi beserta produk media dengan tujuan untuk mendukung pembuatan kebijakan, partisipasi publik, dan penerapannya pada lingkungan agar lebih efektif. Jadi dapat disimpulkan komunikasi lingkungan merupakan rangkaian komunikasi yang terstruktur dan terencana untuk pengelolaan dan perlindungan kepada lingkungan,

Komunikasi lingkungan memiliki dua fungsi utama Menurut Robert Cox (2013) dalam (Ardian, 2018: 5), yaitu: 1) Fungsi pragmatis, yang mencakup mendidik, memberi peringatan (alert), memobilisasi, dan persuasif. 2) Fungsi konstitusif, di mana bahasa dan simbol lainnya membentuk pemahaman kita tentang realitas dan sifat (nature) masalah lingkungan. Hal tersebut sejalan dengan proses sosialisasi untuk mengurangi sampah plastik. Realita dari fungsi pragmatis adalah komunikasi lingkungan yakni melakukan sosialisasi untuk mengedukasi kepada masyarakat terkait isu sampah plastik. Sedangkan fungsi konstitutif dapat dilihat dari komunikasi lingkungan yang terjadi melalui poster dan flyer terkait dampak atau pencegahan dari bahaya sampah plastik.

Peran komunikasi lingkungan akan hadir ketika dalam suatu wilayah memiliki permasalahan lingkungan yang menyebabkan kerusakan lingkungan yang harus diatasi maupun dicegah secepatnya dengan melibatkan seluruh lapisan masyarakat (Hamboer & Pranawukir, 2022: 4597). Pada wilayah tertentu untuk mengatasi kerusakan akan sampah plastik, wilayah tersebut memiliki bank sampah. Tujuan didirikannya bank sampah menurut (Mintawahyuningsih et al., 2023: 9) adalah membangun kesadaran dan kepedulian masyarakat untuk mengelola sampah sesuai dengan gerakan 3R. Bank sampah tersebut akan mengadakan sosialisasi dan edukasi melalui media konvensional (melakukan door to door, seminar, dan saat kegiatan masyarakat berkumpul) dan media digital (dengan penyebaran poster, flyer, dan konten di media sosial). Hal tersebut dilakukan sebagai penerapan komunikasi lingkungan agar masyarakat lebih peduli dengan lingkungan khususnya sampah.

Penelitian terkait komunikasi lingkungan sudah pernah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya, salah satunya seperti penelitian (Swarnawati et al., 2023) yang membahas terkait strategi komunikasi lingkungan yang dapat diterapkan pada proses kampanye pengurangan sampah. Penelitian (Anindya et al., 2023) juga membahas terkait komunikasi lingkungan yang memiliki tantangan dan peluang di era digital. Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya yang sudah dilakukan, peneliti merasa masih terdapat gap penelitian yang memerlukan kajian lebih lanjut mengenai tantangan dalam mengembangkan komunikasi lingkungan secara konvensional maupun digital pada isu yang lebih spesifik yakni mengenai sampah plastik yang di masa sekarang sudah semakin mengkhawatirkan.

Berdasarkan pemaparan latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai tantangan dalam mengembangkan komunikasi lingkungan pada isu sampah plastik. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan tantangan dalam mengembangkan komunikasi lingkungan pada isu sampah plastik secara konvensional dan digital sehingga proses sosialisasi, edukasi, dan kampanye berlandaskan komunikasi lingkungan mengenai sampah plastik dapat terealisasikan secara optimal dengan meninjau tantangan-tantangan yang biasanya terjadi. Urgensi dari penelitian ini adalah peningkatan jumlah sampah plastik setiap tahun yang berdampak serius, maka kesadaran masyarakat mengenai isu sampah plastik perlu ditingkatkan melalui komunikasi lingkungan. Penelitian ini juga diharapkan mampu menjadi refleksi diri bagi seluruh lapisan masyarakat agar lebih sadar terkait isu sampah plastik dan senantiasa mengkomunikasikan isu tersebut ke orang-orang terdekat maupun stakeholder sehingga permasalahan sampah plastik dapat diminimalisir dan dikelola dengan baik.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan melakukan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan kajian literatur yang hasilnya akan dianalisa dan dideskripsikan menggunakan kata-kata. Penelitian ini dilakukan di Bank Sampah Teratai di daerah Tangerang Selatan yang merupakan salah satu Bank Sampah aktif secara media digital dan media konvensional dalam proses komunikasi lingkungan mengenai isu sampah plastik.

Peneliti melakukan wawancara dengan pendiri sekaligus ketua dari Bank Sampah Teratai, yakni Bapak Ahmad Sudjatmoko. Bapak Ahmad dianggap memenuhi kualifikasi menjadi informan karena beliau merupakan sesosok inisiator, edukator, dan pembicara terkait isu sampah plastik. Berdasarkan hal tersebut, peneliti bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai tantangan komunikasi lingkungan yang ditemukan dan dialami oleh Pak Ahmad secara pribadi maupun melalui media yang digunakan di Bank Sampah Teratai secara konvensional dan digital.

Pada proses observasi dalam penelitian ini dilakukan pada media digital Bank Sampah Teratai melalui konten instagram dan youtube yang telah dibagikan. Tujuannya untuk melihat konten yang disebar, jumlah viewers, dan respon masyarakat. Data-data yang ditemukan oleh peneliti juga diperkuat dengan melakukan kajian menggunakan literatur terdahulu yang relevan dengan judul artikel ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bank Sampah Teratai didirikan oleh Bapak Ahmad Sudjatmoko pada Desember tahun 2016 yang berlokasi di wilayah Pondok Pucung, Pondok Aren. Bank sampah tersebut sudah mendapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak perusahaan, seperti Pegadaian, Unilever, Mayora, dan beberapa perusahaan-perusahaan kecil. Jumlah nasabah bank sampah teratai saat ini kurang lebih 120 nasabah. Nasabah Bank Sampah Teratai tidak hanya berasal dari daerah Tangerang Selatan, melainkan terdapat dari Bogor, BSD, Alam Sutera, dan sekitarnya.

Pada awal pendirian Bank Sampah Teratai banyak skeptis serta penilaian negatif dari masyarakat, dengan mengatakan untuk apa mengurus sampah, apa manfaatnya, dan sebagainya. Tetapi dengan bekal tekad dan rasa keinginan yang kuat, serta konsisten dalam menjalankannya, Bapak Ahmad dapat survive dan menjadikan semua penilaian dan kritikan dari masyarakat sebagai motivasi untuk dapat mewujudkan lingkungan yang bersih, aman, dan nyaman. Bapak Ahmad memulai semua itu dari lingkungan terdekatnya, seperti keluarga.

Dalam menyampaikan edukasi dan informasi kepada masyarakat, Bank Sampah Teratai menggunakan komunikasi secara langsung dan juga tidak langsung. Komunikasi langsung yang diterapkan ialah seperti dengan mengadakan forum atau seminar untuk menyampaikan edukasi terkait dengan sampah, bagaimana cara memilah dan memilih sampah berdasarkan jenisnya, bagaimana pengelolaan sampah yang baik, dan sebagainya. Lalu, komunikasi tidak langsung yang diterapkan oleh Bank Sampah Teratai ialah dengan menggunakan media sosial, seperti melalui grup WhatsApp RT, kemudian konten Youtube dan Instagram (ig: bs_teratai). Penyampaian edukasi dan informasi merupakan pengimplementasian dari komunikasi lingkungan kepada masyarakat.

Tantangan

Dalam komunikasi lingkungan tersebut terdapat tantangan dalam proses pelaksanaannya. Tantangan menurut KBBI ialah suatu hal atau objek yang memacu tekad untuk mengembangkan kemampuan dalam mengatasi permasalahan atau kendala yang menjadi pemicu untuk bekerja lebih keras. Tantangan yang ada pada masyarakat dapat diklasifikasikan berdasarkan media yang digunakan dalam menyampaikan pesan dan usia penerima pesan.

Tantangan Berdasarkan Media Penyampaian Pesan

Komunikasi merupakan cara manusia dapat memahami satu sama lain dan terjadinya kesepakatan bersama. Dalam berkomunikasi, diperlukannya media sebagai perantara pesan/informasi yang ingin disampaikan dari seorang komunikator kepada komunikan. Adapun media yang digunakan dalam menyampaikan sebuah pesan/informasi, yaitu media konvensional dan media digital.

Bank Sampah Teratai dalam penyampaian pesan dan informasi menggunakan media konvensional dan media digital. Pada media konvensional yang digunakan Bank Sampah Teratai adalah melakukan komunikasi secara langsung atau tatap muka, seperti saat ada acara RT, arisan, perkumpulan ibu-ibu PKK, dan di setiap pertemuan-pertemuan yang diadakan di lingkungan RT. Maka dari itu, media konvensional berlangsung dengan rentan waktu yang singkat tetapi tertuju untuk masyarakat. Hal ini sejalan dengan pendapat Zulkarnain (2021) dalam (Hasan et al., 2023: 57) sebelum munculnya teknologi internet yang sering disebut media baru, media konvensional adalah jenis media komunikasi massa yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak luas dalam jangka waktu yang relatif pendek.

Seiring berjalannya waktu, Bank Sampah Teratai menggunakan media digital dalam penyampaian komunikasi lingkungan, seperti menggunakan media sosial, poster, atau pesan broadcast melalui WhatsApp Group. Melalui konten-konten menarik seperti memadukan

visual dan audio pada pembuatan video dan menyajikan desain grafis dengan kata-kata mengedukasi dan mengajak untuk peduli terhadap isu sampah plastik beserta dokumentasi kegiatan pada pembuatan poster/flyer kemudian diunggah ke media sosial, seperti Instagram dan Youtube untuk memperluas jangkauan audience. Sebagaimana menurut Flew (2008) dalam (Alfiyana et al., 2024: 1759) media digital merupakan media yang mengandung kombinasi data, teks, suara, dan berbagai jenis gambar yang disimpan dalam format digital dan disebarluaskan melalui jaringan seperti kabel optic broadband, satelit, dan sistem gelombang mikro.

Dalam menyampaikan komunikasi lingkungan melalui media konvensional dan media digital terdapat tantangan dalam prosesnya yang dapat dikaji berdasarkan unsur-unsur komunikasi menurut Lasswell yang terdapat dalam buku (Mulyana, 2021), seperti dari sumber, pesan, media, penerima, dan efek. Berdasarkan teori tersebut, penemuan peneliti dapat diuraikan ke dalam tabel di bawah ini:

Tabel 1. Tantangan dalam Mengembangkan Komunikasi Lingkungan Berdasarkan Analisis Menggunakan Unsur-Unsur Komunikasi

	Unsur-Unsur Komunikasi	Tantangan
Media Konvensional	Sumber: Bank Sampah Teratai	Menentukan siapa yang menjadi komunikator
	Pesan: Pemilahan dan pengelolaan sampah plastik.	Membuat materi yang menarik dan penyampaian yang disesuaikan dengan <i>audience</i> .
	Media: Forum masyarakat dan melakukan <i>door to door</i> ketika diperlukan.	Melakukan riset terkait forum yang cocok untuk menyampaikan komunikasi lingkungan.
	Penerima: Seluruh lapisan masyarakat.	Mengidentifikasi jenis forum untuk mengetahui karakteristik masyarakat.
	Efek: Mengetahui pemilahan dan pengelolaan sampah plastik.	Monitoring dan evaluasi pemahaman masyarakat dan pengimplementasian komunikasi lingkungan yang disampaikan.
Media Digital	Sumber: Bank Sampah Teratai	Menentukan <i>content creator</i> dan editor.
	Pesan: Pemilahan dan pengelolaan sampah plastik.	Melakukan riset terkait konten yang <i>trending</i> sehingga dapat menyesuaikan konsep.
	Media: Instagram, Youtube, dan WhatsApp.	Menentukan desain dan <i>caption</i> yang sesuai.
	Penerima: Seluruh lapisan masyarakat.	Tidak semua orang bermain media sosial dan mengetahui media sosial Bank Sampah Teratai.

	Efek: Mengetahui pemilahan dan pengelolaan sampah plastik.	Monitoring dan evaluasi pemahaman masyarakat dan pengimplementasian komunikasi lingkungan yang disampaikan.
--	--	---

Sumber: Hasil Olah Data Temuan Peneliti

Berdasarkan tabel di atas, dalam setiap unsurnya memiliki tantangan tersendiri agar komunikasi lingkungan tepat sasaran dan tujuannya dapat terealisasi. Meskipun unsur-unsurnya memiliki beberapa kesamaan, tetapi ketika dalam unsur komunikasi yakni “media” sebagai perantara untuk menyampaikan pesannya berbeda maka akan memengaruhi unsur-unsur komunikasi lainnya. Perbedaan yang paling terlihat adalah pada media konvensional, tantangannya lebih menitikberatkan pada *skill* komunikasi yang dimiliki oleh komunikator sedangkan pada media digital tantangannya lebih menitikberatkan pada *skill* desain komunikasi visual untuk menarik perhatian *audience* yang mengharuskan informasi harus *eye catching*.

Tantangan Berdasarkan Klasifikasi Usia

Klasifikasi usia dibedakan menjadi tiga kategori yakni: Remaja (12 – 25 tahun), Dewasa/Usia Tengah (26 - 49 tahun), dan Senior (50 tahun hingga seterusnya). Tantangan tersebut terjadi ketika komunikasi lingkungan disampaikan secara media konvensional maupun media digital.

Pada usia remaja ketika menyampaikan komunikasi lingkungan harus memerhatikan bahasa dan konsep yang menarik sesuai dengan *trend* yang ada. Hal tersebut untuk memudahkan proses penerimaan dari remaja tersebut sehingga terkoneksi dengan materi yang disampaikan karena disajikan menarik. Ketika penyampaian komunikasi lingkungan sudah dilakukan oleh Bank Sampah Teratai melalui berbagai media juga ditemukan tantangan yakni usia remaja masih inkonsisten dan kurang berkomitmen terhadap pengelolaan sampah plastik. Ketika diberikan edukasi, hal-hal yang disampaikan tidak langsung diterapkan atau ketika diterapkan biasanya sulit untuk konsisten karena kesibukan sekolah, pekerjaan, dan masih mengedepankan aspek materi.

Pada usia dewasa/usia tengah, tantangan yang dihadapi adalah perbedaan latar belakang yang sangat terlihat jelas. Usia dewasa memiliki tingkat pendidikan, gaya hidup, pekerjaan, dan kesibukan yang bervariasi. Hal tersebut membuat penyampaian komunikasi lingkungan menjadi *tricky*. Sosialisasi dan edukasi dalam penggunaan bahasanya harus sangat menyesuaikan forum sehingga apa yang disampaikan dapat diterima baik oleh *audience*. Tantangan yang dihadapi setelah komunikasi lingkungan dilaksanakan adalah sama seperti

usia remaja yaitu usia dewasa masih inkonsistensi karena kesibukan dan pekerjaan yang dimiliki serta masih berorientasi pada aspek materi.

Pada usia senior, tantangan dalam penyampiannya adalah menggunakan komunikasi lingkungan dengan bahasa yang mudah dipahami. Pada usia senior dominan menggunakan cara *door to door* atau berbagai penyampaian secara konvensional dibanding digital karena pada usia senior memiliki keterbatasan dalam penggunaan *gadget*. Saat komunikasi lingkungan sudah dilakukan, pada usia senior memiliki tantangan dalam penerapannya yakni mereka merasa tidak perlu berkontribusi karena sudah membayar iuran. Keterbatasan fisik yang dimiliki membuat usia senior hanya mampu menjalani satu bidang saja, seperti: fokus mencatat, fokus menghitung, atau fokus memberikan konsumsi.

Pola inkonsistensi sebenarnya masih menjadi tantangan bagi setiap jenjang usia. Masyarakat belum memiliki kestabilan antara hasrat, keyakinan, dan perilaku mengelola sampah plastik. Hal ini sejalan dengan pendapat West & Turner (2014) dalam jurnal (Lusianawati, 2020: 24) yang mengatakan bahwa manusia lebih nyaman ketika berada pada situasi konsistensi yakni sebuah proses kognitif ketika manusia mempunyai hasrat kestabilan dan keseimbangan terkait keyakinan, sikap, dan perilakunya. Maka dari itu masyarakat belum konsisten dalam menerapkan pesan yang disampaikan pada komunikasi lingkungan mengenai isu sampah plastik. Masyarakat belum menemukan esensi dari perilaku konsistensi untuk lebih sadar pada pengelolaan sampah plastik karena masyarakat masih mudah terpengaruh dari faktor-faktor eksternal, seperti kesibukan, pekerjaan, dan lain sebagainya. Hal tersebut sebagaimana diungkapkan oleh Fritz Heider dalam jurnal (Lusianawati, 2020: 25) yang menyatakan bahwa keadaan seseorang stabil ketika menolak pengaruh-pengaruh dari luar.

Pola konsistensi juga harus diterapkan oleh Sumber (*Source*) yang melakukan komunikasi lingkungan karena menurut Pendiri Bank Sampah Teratai yang melakukan edukasi dan sosialisasi selama setahun hanya mengenai materi pemilahan sampah. Dalam setahun tersebut baru menghasilkan nasabah yang mengerti bahwasannya tiap kategori sampah harus dipisahkan karena tiap sampah memiliki nilai jual yang berbeda. Dalam proses edukasinya pun memiliki tantangan sendiri, seperti harus meninjau penyampaian seperti apa, bahasa yang digunakan, contoh yang diberikan. Sebagaimana dalam wawancara Pendiri Bank Sampah Teratai mengatakan:

“Tadi edukasinya setahun, ya betul betul dan itu memang waktu itu saya niatkan. Pada saat pemilahan, mohon maaf ibu jadi kita membahasakan juga harus halus. Ini sampah yang tidak punya nilai dan ini memang kami tidak ada ruang untuk

menyimpan sampahnya seperti ini kita tunjukkan satu persatu". (Sudjatmoko, Ahmad. Hasil Wawancara 28 Juni 2024).

Konsistensi membawa pengaruh kepada hasil lainnya yaitu menjadi daya tarik untuk memikat nasabah baru bergabung. Hal tersebut dibuktikan pada nasabah Bank Sampah Teratai yang memiliki domisili di luar Tangerang Selatan, tetapi berminat untuk bergabung dengan alasan melihat konsisten penggunaan media Bank Sampah Teratai yang aktif secara berkala. Selain itu, ketika dijumpai secara langsung, Bank Sampah Teratai memang aktif memberikan edukasi dan sosialisasi terkait sampah plastik. Sebagaimana yang dikatakan oleh Pendiri Bank Sampah Teratai:

"...bahkan kita pernah dapat itu dari, jauh dari sini pokoknya lebih dari 30 kilo jaraknya, Alam Sutralah dan sebagainya, pokoknya jauh-jauh. Dia dapatnya dari IG karena dia merasa lagi searching, apa namanya, Bank sampah terdekat dari rumahnya, begitu dia datang, Tidak ada kegiatan. Begitu tanya orang kiri kanan sudah 2-3 tahun yang lalu ini tidak ada kegiatan. Memang di IG ada, cuma tidak ada kegiatan apa-apa. Terus akhirnya dia lari ke sini. Jadi sebenarnya tadi kembali, kita harus konsisten". (Sudjatmoko, Ahmad. Hasil Wawancara 28 Juni 2024).

Tantangan Bagi Para Pengurus

Tantangan dalam mengembangkan komunikasi lingkungan juga dialami oleh para pengurus Bank Sampah Teratai. Hal-hal yang menjadi tantangan tersebut, antara lain:

Pertama, para pengurus harus melakukan secara sukarela dengan keikhlasan dan kekuatan dari niat yang ada untuk menjaga kelestarian lingkungan karena tidak ada bayaran tertulis secara material ketika pengurus melakukan edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat maupun mengurus kegiatan Bank Sampah Teratai.

Kedua, Menjaga konsisten dan komitmen. Para pengurus harus memiliki tekad yang kuat, jiwa sosial yang tinggi, dan kepedulian kepada alam untuk menjaga konsisten dan komitmen mengembangkan komunikasi lingkungan. Pada saat ini pun terdapat tantangan karena belum adanya regenerasi untuk meneruskan komitmen Bank Sampah Teratai. Jumlah pengurus keseluruhan saat ini hanya 12 orang dengan usia yang terbilang sudah dewasa dan senior. Jadi belum adanya generasi muda untuk dapat meneruskan perjuangan dan komitmen dari Bank Sampah Teratai menjadi tantangan untuk pengurus saat ini mencari regenerasi yang mampu menjaga konsisten dan komitmen.

Ketiga, Skeptisisme Masyarakat. Masyarakat beranggapan dengan adanya bank sampah justru membuat lingkungan menjadi kumuh dan kotor, karena menumpuk sampah

yang berasal dari para nasabah. Dengan skeptisisme yang ada pada masyarakat, sulit untuk dapat menumbuhkan kesadaran akan pentingnya pengelolaan sampah plastik yang baik.

Keempat, Kurangnya Dukungan dari *Stakeholder*. Karena untuk mampu menggerakkan dan menarik minat masyarakat dibutuhkan peran dari seorang pemimpin atau *stakeholder* untuk mempermudah mendapat kepercayaan masyarakat dan memfasilitasi terkait kegiatan forum-forum masyarakat yang berlangsung. Ketika *stakeholder* atau *leader* sudah memberikan dukungan dan kontribusi maka lapisan lainnya akan lebih mudah untuk mengikuti arahan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Komunikasi lingkungan menjadi bentuk komunikasi yang dapat digunakan dalam menyampaikan sebuah pesan atau informasi mengenai isu lingkungan yang terjadi disekitar kita. Bank Sampah Teratai menggunakan komunikasi lingkungan sebagai cara untuk menyampaikan pesan dan informasi kepada masyarakat tentang pentingnya menjaga lingkungan, mengelola sampah dengan baik dan benar berdasarkan jenis ataupun komposisi sampah, sehingga terbentuknya kesadaran masyarakat mengenai isu sampah. Bank Sampah Teratai dalam penyampaian pesan dan informasi menggunakan media konvensional dan media digital untuk dapat memberikan edukasi dan menjangkau masyarakat lebih luas lagi. Dengan begitu tantangan yang berasal dari eksternal maupun internal Bank Sampah Teratai dapat teratasi dan menjadi evaluasi untuk kedepannya.

DAFTAR REFERENSI

- Alfiyana, F. M., Salsabilla, H. G., Vichaully, Y., & Rustini, T. (2024). Urgensi Media Digital dalam Materi IPS Kenampakan Alam di SD. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1).
- Anindya, A., Arditya, R., & Lokita, M. (2023). Tantangan dan Peluang dalam Mengembangkan Komunikasi Lingkungan yang Efektif di Era Digital. *Jurnal Teknologi Dan Rekayasa*, 8(1).
- Ardian, H. Y. (2018). Kajian Teori Komunikasi Lingkungan dalam Penelitian Pengelolaan Sumber Daya Alam. *Jurnal Perspektif Komunikasi*, 2(1), 1–20.
- Budiharjo. (2017). Pengaruh Kesadaran Masyarakat Terhadap Partisipasi Penanganan Kebersihan Lingkungan di Kelurahan Menteng Jakarta Pusat. *Public Administration Journal*, 1(2).
- Flor, A., & Cangara, H. (2018). *Komunikasi Lingkungan: Penanganan Kasus-Kasus Lingkungan Melalui Strategi Komunikasi (1st ed.)*. Jakarta: Prenadamedia Group.

- Hamboer, M. J. E., & Pranawukir, I. (2022). Peran Komunikasi Lingkungan dalam Aktivitas Pengelolaan Sampah Rumah Tangga Bank Sampah “Berseri” Kelurahan Ciganjur. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(3). <https://lintaskompas.id/2021/11/29/>
- Hasan, K., Utami, A., Eni, S., Izzah, N., & Ramadhana, S. C. (2023). Komunikasi di Era Digital: Analisis Media Konvensional Vs New Media Pada Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh Angkatan 2021. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 2(1).
- Lusianawati, H. (2020). Inkonsistensi Kebijakan Pemerintah dalam Menangani Pandemi Covid-19. *The Source Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2).
- Mintawahyuningsih, Y., Zuraida, & Bahrin. (2023). Manfaat Bank Sampah dan Cara Kerjanya. *Jurnal Abdimas : Inspirasi*, 1(1).
- Mulyana, D. (2021). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Muchlis, Ed.; 23rd ed.). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Swarnawati, A., Yuningsih, S., & Purnamasari, O. (2023). Strategi Komunikasi Lingkungan dalam Kampanye Minim Sampah. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, 7(1), 77–88.